携手璞跃中国
安踏集团启动行业首个体育用品产业创新加速器

本报讯（记者 柯国笠）昨日，在安踏集团第三届创新奖颁奖典礼上，安踏集团宣布与全球顶尖创新平台璞跃中国（Plug and Play China）达成战略合作，宣告体育用品行业首个产业创新加速器正式启动。安踏集团将通过该加速器项目向全社会公开招募初创企业，参与顶尖体育科技的战略研发与商业应用。

安踏集团方面表示，此次战略合作是企业践行“创新为企业生存之本”核心理念的又一重大举措，旨在构建更强大的开放式创新网络生态平台，通过发掘并整合全球前沿创新力量，驱动体育用品行业在材料科技、产品设计、消费体验、数智生产及仓储物流等领域的深度变革。

据悉，安踏集团体育用品产业创新加速器将聚焦突破先进材料、领跑数字智能、重塑物流智造三大领域，寻找在高性能材料、可持续材料、智能可穿戴、产品企划及设计、全域零售提效、消费者体验及交互、超级自动化、智能管理运维、颠覆性生产工艺等方面，掌握颠覆性创新解决方案的初创企业。

记者了解到，中小型创新企业可通过公开报名或行业推荐的方式参与创新加速器，经过逐级筛选后进入安踏集团的初创企业库，并最终评定适合联合开发或进行战略投资的项目。相关企业将有机会获得安踏集团供应商准入、供应链资源开放、与安踏集团开展直接合作、探讨投资机会，还将持续获得安踏集团及璞跃中国创新生态资源赋能。

构建全球开放式创新网络是安踏集团的创新战略之一。数据显示，目前，该集团已构建由全球七大设计研发中心、70多所高校及科研机构、250多位专家、800多家供应商共同参与的“全球开放式创新生态网络”。

在安踏集团内部，创新已经成为主导战略。安踏集团设立了2亿元的创新基金，并搭建创新云平台，实现“员工自主申请基金-创委会审核-项目执行-创新落地”的创新机制。

此次启动创新加速器，也是安踏集团进一步创新合作边界的又一尝试。通过吸纳全球范围内极具潜力的初创企业，在龙头企业带动下，有望加速形成“资源引入-协同孵化-产业应用-价值创造”的全球全链路创新，赋能运动科技行业。

过去十年，安踏集团在创新方面的相关投入累计达200亿元，并预计在未来五年进一步投入200亿元用于自主创新研发。目前，该集团累计申请专利5830件，居行业首位。

安踏集团联席CEO吴永华表示，“安踏始终坚持‘创新为本’和‘高标准对标’。创新对企业来说是最难的事，但也是企业保持竞争力的必然选择。我们坚信投资创新就是投资未来。安踏集团要力争在2030年成为全球创新标杆。”

安踏集团收购狼爪后首『换帅』
姚剑出任狼爪全球品牌总裁

本报讯（记者 柯国笠）日前，安踏集团在完成对德国户外品牌JACK WOLFSKIN（狼爪）2.9亿美元的收购后，宣布对旗下组织架构进行调整。亚玛芬体育原大中华区总裁姚剑将调任狼爪全球品牌总裁，负责全球业务运营。

资料显示，在加入亚玛芬之前，姚剑曾担任The North Face中国区总经理，更早前在耐克大中华区工作超过十年。姚剑担任亚玛芬体育大中华区总裁的时期，也是亚玛芬体育旗下始祖鸟、萨洛蒙等在国内的高速增长期。有业内人士告诉记者，姚剑品牌零售经验足，此次接棒狼爪，有望推动狼爪在国内的增长，同时，国际市场也有望迎来新的变化。

同时，亚玛芬中国区管理层也迎来人事变动，中乔体育原总经理马磊将接任亚玛芬大中华区总裁一职。他自2018年以来担任中乔体育总经理，此前曾在百丽及后来分拆的滔搏、阿迪达斯中国担任管理职位近20年。

目前，在安踏集团的定位下，狼爪将聚焦大众户外运动赛道，与安踏集团现有的高端户外品牌群形成差异化的品牌定位，使集团户外运动品牌触达更广泛的消费群体。

数据显示，当前，狼爪全球拥有495家专卖店，其中欧洲226家、亚洲269家，还有超过4000家零售点。被收购时，狼爪即将退出表现不佳的美国市场。姚剑接手后，有望在狼爪复制亚玛芬体育旗下品牌的“盘活”经验。

目前，安踏集团旗下已构建起安踏、FILA、迪桑特、可隆、狼爪等，以及亚玛芬体系在内的多品牌矩阵，覆盖大众运动、时尚运动与专业户外全方位赛道。

世界品牌实验室发布2025年中国500最具价值品牌
劲霸、柒牌、安踏、九牧、心相印等泉州品牌入选

本报讯（记者 柯国笠）日前，世界品牌实验室(World Brand Lab)发布2025年《中国500最具价值品牌》分析报告。在这份基于财务数据、品牌强度和消费者行为分析的年度报告中，国家电网以7152.58亿元的品牌价值，荣登最具价值品牌榜首。劲霸、柒牌、安踏、九牧、达利、心相印、361°、小牧卫浴等泉州品牌入选该榜。

今年是世界品牌实验室编制中国品牌报告的第22年。2004年，该榜单的入选门槛仅为5亿元，前500名品牌的平均价值为49.43亿元。2025年，入选榜单的品牌价值门槛已经提高到42.91亿元，而前500名品牌的平均价值高达840.53亿元，总价值为42.03万亿元。本年度共有135个中国品牌的价值超过1000亿元，比去年增加27个，彰显了中国品牌经济的繁荣。从区域分布来看，北京有92个品牌入选，名列第一；福建共有24个品牌入选。

根据榜单，多个泉州企业入选。其中，劲霸男装以1166.17亿元的品牌价值排名第88位；柒牌以1162.36亿元的品牌价值排名第92位；安踏以1077.82亿元的品牌价值排名第117位；九牧以1006.19亿元的品牌价值排名第131位；心相印以432.19亿元的品牌价值排名第280位；达利以331.45亿元排名第334位；361°以295.75亿元的品牌价值排名第346位；小牧卫浴以182.29亿元的品牌价值排名第419位。

据悉，世界品牌实验室(World Brand Lab)是一家国际化的品牌价值研究机构，由1999年诺贝尔经济学奖得主罗伯特·蒙代尔(Robert Mundell)教授倡议创建并担任首任主席。世界品牌实验室的专家和顾问来自哈佛大学、耶鲁大学、麻省理工学院、哥伦比亚大学、牛津大学、剑桥大学、欧洲工商管理学院等世界顶级学府，其研究成果已经成为许多企业并购过程中无形资产评估的重要依据。连续22年发布的《中国500最具价值品牌》，采用“收益现值法”对品牌价值进行测评。

今年，《中国500最具价值品牌》榜单创新采用人工智能和大数据技术，从来自中国的2万多个品牌中层层筛选，最终评选出500家代表中国，乃至世界最高水准的品牌企业。国家电网、海尔、华为、茅台、宁德时代、美的、小米、安踏等知名企业入选。

七匹狼与福州大学成立“产业创新研究院”

本报记者 施珊妹 董严军 郭秋莹

18日，七匹狼与福州大学缔结校企战略合作，联合成立“产业创新研究院”。未来，双方将就服装美学创新中心、纺织新材料研究中心、服装智能穿戴研究中心、鞋服检测实验室四大核心研究平台展开深度合作。

这是七匹狼与福州大学的又一次合作。早在2014年，七匹狼便通过PPP模式参与福州大学晋江校区建设，共同探索校地产学研合作的新路径。

校企共建再启新篇，是资源整合和创新火种的传递，也标志着双方将在产学研用融合、人才培养、技术攻坚等领域深度协同，为中国服装产业升级注入强劲动能。

强强联合 “赋能塔”碰撞“拓荒狼”

在七匹狼董事长周少雄看来，福州大学是一座“赋能塔”。作为福建省重要的科技创新策源地和人才培养高地，福州大学始终与地方发展同频共振。在产业赋能方面，该校聚焦数字经济、工艺美术、服装设计、新材料、新能源等领域，助力福建打造现代化产业体系。福州大学晋江校区作为校地合作的典范，为晋江产业升级提供了“创新引擎”与“人才摇篮”。七匹狼则是一群“拓荒狼”。从颠覆市场的第一代变色夹克，到如今定义商务美学的商旅夹克，七匹狼35年锐意进取，始终以“狼性精神”领跑中国男装。“有人说服装是传统行业，我认为没有传统的产业，只有惯性的思维。”周少雄表示，一件衣服的背后，可能是生物基材料的研发，可能是AI驱动的个性化定制，可能是碳中和供应链的实践……而这些，都需要像福州大学这样的高校和企业一起“共创”。

“未来的时尚，一定要与科技相结合。我们期待借助福州大学的科研实力，进一步强化七匹狼的竞争力，提升七匹狼时尚与科技的结合度，让穿戴设备走入时尚、走入生活。”周少雄期待，福州大学的学术智慧与产业需求在此交汇，点燃创新火花。

人才共育 产教融合启新篇

活动上，“福州大学实践教学基地”牌匾沉甸甸。

福州大学晋江校区管委会常务副主任、院党委书记游生辉表示，期待与七匹狼集团在人才培养、科研创新、成果转化等领域开展更深层次合作，通过共建实践基地、联合项目攻关等方式，让高校科研与企业需求精准对接，为晋江培育更多高层次、复合型人才，携手书写校企、校地合作新篇章。

为了汇聚校企智力资源，推动产学研用协同创新，福州大学聘请七匹狼实业董事长周少雄为客座教授。“周少雄深耕行业30余年，以‘夹克专家’战略引领民族品牌崛起，其卓越的创新精神与商业智慧，正是福大学子解读产业变革、锻造实战能力的鲜活教材。我们相信深入产业一线的实践课堂，能够通过真实项目锤炼设计研发、供应链管理等核心能力，为服装行业孵化兼具学术素养与实战经验的新生代力量。”游生辉表示。

七匹狼方面透露，在人才共育方面，双方将通过共建实训基地、定制化课程、项目孵化等形式，让企业需求走进课堂，让学术科研成果落地产业。

周少雄表示，此次校企合作，双方构建了“产学研用”协同创新平台，促进了教育链、人才链与产业链的共融共促。这一模式不仅能培养产业急需人才，更能助推晋江产业转型升级与区域经济高质量发展。在这场“双向奔赴”里，高校的讲台与企业的市场共鸣，学术的理想与产业的脉搏同频。双方将以人才为引擎、以科技为羽翼，为中国服装产业升级注入澎湃动能。

力诚食品 多举措护航职工健康

本报讯（记者 刘宁）近日，力诚食品在厂区内打造的“健康小屋”亮相。作为公司内部的健康驿站，“健康小屋”吸引了许多职工前来咨询问诊。

据了解，“健康小屋”设置有自助检测区、应急药箱等，职工可以在自助检测区一站式完成身高、体重、血压、血糖、视力等检测；应急药箱里常备药品，以应对职工紧急需求。此外，力诚食品还将邀请三甲医院专家定期坐诊，让职工足不出厂享受优质医疗服务。

力诚食品方面表示，职工的健康是企业最宝贵的资产，企业不仅要追求卓越的业绩，也要呵护职工身心健康。此前，该企业携手晋江市医院经济开发区院区，在力诚食品晋江一厂、二厂举办专题健康讲座，由专业医师讲解如何识别高血压早期信号，并提出为职场人群量身定制的预防高血压饮食运动方案，收获了职工一致好评。通过开展健康讲座、打造“健康小屋”等举措，力诚食品将员工关怀落到实处。

第九届“海峡杯” 福建（晋江）创新创业大赛 面向全球征集项目

本报讯（记者 柯国笠）近日，记者从第九届“海峡杯”福建（晋江）创新创业大赛组委会方面了解到，本届“海峡杯”双创赛正式面向全球征集项目。大赛以集成电路、生命健康（核技术应用）行业为主赛道，以新材料、智能制造及其他契合晋江产业方向领域为综合赛道，征集优质参赛项目。具备先进技术的海内外高层次人才或团队均可报名参赛。

据悉，本届大赛以“芯核智造·晋领未来”为主题，以福建省委人才办、福建省科学技术厅、福建省人力资源和社会保障厅为指导单位，泉州市委人才办、泉州市科学技术局、泉州市人力资源和社会保障局为支持单位，由晋江市人民政府主办。

根据赛事安排，创业团队可通过自主报名和多方推荐等方式报名参赛，由专业投资人及行业专家团队对报名项目进行分站赛初审，筛选不少于40个项目晋级分站赛路演，分站赛在深圳、武汉、上海、杭州、合肥、宁波等地举行，最终筛选出12个项目晋级总决赛。

大赛针对参赛团队、项目相关人才构成、核心技术、项目完成度等提出了要求。在赛事奖励方面，大赛设一等奖、二等奖、三等奖、优胜奖，其中，一等奖1名，奖金80万元；二等奖2名，奖金各50万元；三等奖3名，奖金各30万元；优胜奖6名，奖金各5万元。

除了大赛本身的奖励外，获得一、二、三等奖，且符合“晋江市高层次创新创业人才（团队）”政策要求的项目团队，可直接进入“晋江市高层次创新创业人才（团队）”政策的快审通道（直接进入拟推荐名单），优先推荐入围晋江市高层次创新创业人才团队，按照人才政策给予相应创业补贴，即对一类、二类和三类人才团队，分别提供最高800万元、300万元、100万元的创业补贴。针对新引进的集成电路产业链企业，根据《晋江市人民政府关于进一步加快培育集成电路全产业链的若干意见》政策文件给予专项补助。

人才团队成员符合晋江现代产业体系人才认定相关标准的，可按相应类别申请认定为晋江现代产业体系人才，享受人才津贴、交通补贴、住房保障、重点专项经费配套、子女入学、医疗保健等相应政策优待。

记者了解到，自2016年以来，“海峡杯”双创赛已经成功举办八届，推动百余个参赛项目与本地企业开展技术、项目成果合作，37个优质项目落地转化，助力科创产业发展。该赛事始终立足晋江发展需求，以赛事助推产业转型升级与人才生态链建设，搭建海内外优质项目与晋江产业资源对接平台。

晋江泳装产业协会 组织开展参观学习活动

本报讯（记者 施珊妹）近日，晋江市泳装产业协会组织开展参观学习活动。在晋江市泳装产业协会会长洪清纯的带领下，企业代表一行来到晋江市质量计量检测所，参观“质量之光”展厅，了解质量标准的制定和检测技术的革新。

在晋江市三创园知识产权聚集中心，晋江市市场监督管理局快维中心相关负责人深入浅出地讲解了知识产权保护的重要意义；方圆标志认证集团福建有限公司双碳部部长陈金文分享了碳足迹核算及管理能力建设的相关知识；Pop设界英林区域产业负责人蔡奕新介绍贴身运动服饰产业创新发展中心的多个功能区，着重介绍设计研发、市场推广、品牌建设及供应链优化等多方面内容。这些前沿资讯和趋势为晋江泳装企业提供了重要参考，助力企业在激烈的市场竞争中脱颖而出，实现高质量发展。

本次活动通过实地参观与培训，让企业对知识产权保护有了更清晰的认识。

拆解跨境电商企业财务管理的“道”与“术”
泉州跨协举行会长分享活动

本报讯（记者 刘宁）日前，泉州市跨境电子商务协会（以下简称“泉州跨协”）举行“泉州跨协·领航者集结号—会长领航·跨境破浪（第二期）”分享活动，聚焦跨境电商企业合规与部门协同发展这一话题，共同拆解跨境电商企业财务管理的“道”与“术”。

在跨境电商经营中，每一笔订单的履约、每一份报表的生成、每一次资金的周转，都对企业发展至关重要。随着财税合规的“紧箍咒”日益收紧，内部协同的效率更直接影响着企业发展。财务管理已成为跨境电商企业行稳致远的核心引擎，也是一直困扰企业主的难解痛点。

泉州跨协会长、福建新时颖电子商务有限公司创始人林时乐提出，一个能敏捷响应市场、高效协同资源的组织体系是企业的核心竞争力。新时颖的架构创新，特别是财务BP机制（连接财务部门与业务部门的关键纽带，是财务组织的创新模式）的深度植入，正是赋能各部门、保障企业航船在跨境电商航道中破浪前行的关键骨架。他介绍，财务这一角色在传统认知中常被视作后台支持，而财务BP则是让财务工作从成本中心到价值创造者跃迁。在新时颖，财务BP的核心使命是通过精准的财务分析、科学的预算管控与前瞻的决策支持，深度融入业务价值链，驱动战略目标达成与企业价值最大化。

对此，新时颖财务负责人从跨境电商财务的挑战与机遇、财务如何从成本中心转化为利润引擎、财务BP的三大核心战场等方面分享了财务BP链接、协同各部门业务的方式。他介绍，新时颖的财务PD（财务项目管理主管）链接事业部、供应中心、质量中心、仓储物流、信息中心等多个业务部门，从成本管控、产品全生命周期把控等多个方面为管理层决策提供数据支撑。随着行业的发展，跨境电商市场对卖家的要求越发严格，财务也需要从基础的“账房先生”转变成“利润设计师”，让企业管理者决策更有依据，助推企业良性发展。

该负责人表示，目前企业一般会选择财务人员担任财务BP，因为这一职务需要有一定的财务知识背景。她介绍，在B2C的业务中，财务BP相当于“军师”的角色，为业务运营提供数据分析，辅助决策及提出经营建议，要具有“财务专业能力+数据分析能力+良好的沟通能力”。

泉州跨协方面表示，跨境电商告别野蛮生长、步入精耕细作的新纪元，财税合规是生存底线，财务与业务的高效协同则是跃升发展的核心动能。希望通过这次分享活动，为跨境电商企业管理者带来财务管理方面的思考与启示。